Influences on Consumer Behaviour

Policy Implications Beyond Nudging

Publikation

Policy Brief

Zitiervorschlag

Umpfenbach, Katharina 2014: Influences on consumer behaviour. Policy implications beyond nudging, Berlin: Ecologic Institut.

Dieser Policy Brief von Katharina Umpfenbach und Kollegen fÃ¼r die GD Umwelt fasst die neuesten wissenschaftlichen Erkenntnisse aus VerhaltensÃ¶konomie, Psychologie und Soziologie zusammen und fragt nach ihrer Bedeutung fÃ¼r die Politik. AnschlieÃ□end werden Ideen fÃ¼r innovative AnsÃ¤tze vorgestellt, wie die Politik Impulse fÃ¼r nachhaltigen Konsum geben kÃ¶nnte.

Es ist eine Binsenweisheit, dass Menschen, denen bestimmte Informationen fehlen (z. B. Ã¼ber die Auswirkungen ihres Verhaltens auf die Umwelt), diese in ihrer Entscheidungsfindung nicht berÃ¼cksichtigen kÃ¶nnen. Dies hat dazu gefÃ¼hrt, dass viele politische Interventionen genau solche Informationen bereitstellen (z. B. Energieverbrauchskennzeichnung). Die PrÃ¤misse, dass gut informierte Menschen 'die richtigen Entscheidungen treffen' lÃ¤sst sich allerdings wissenschaftlich nicht belegen. Die Forschung zum menschlichen Verhalten zeigt vielmehr, dass die Vorstellung einer wirtschaftlichen rationalen Entscheidungsfindung zu holzschnittartig ist. Die meisten Entscheidungen sind sehr komplex und unterliegen vielen verschiedenen Einflussfaktoren.

Der Policy Brief erÃ¶rtert Erkenntnisse Ã¼ber den Einfluss von Vereinfachungen und Verzerrungen (sogenannten 'biases') und der Art der Darstellung ('framing') auf die Entscheidungsfindung. AuÃ□erdem wird die Rolle von Werten und sozialen Normen sowie der physischen Infrastruktur beleuchtet.

Die Autoren schlussfolgern, dass politische EntscheidungstrÃ¤ger, die Ã□nderungen im Verbraucherverhalten anstoÃ□en wollen, breiter Ã¼ber die verschiedene, miteinander verknÃ¼pften Einflussfaktoren nachdenken mÃ¼ssen, die Menschen dazu bringen oder davon abhalten, umweltfreundlicher zu handeln. PolitikmaÃ□nahmen sollten die wichtigsten Einflussfaktoren gleichzeitig und kohÃ¤rent angehen. SchlieÃ□lich erscheint es vielsprechend, PolitikmaÃ□namen nicht auf Individuen, sondern auf bestimmte Gruppen oder ganze Segmente der Gesellschaft zuzuschneiden.

Der englische Websiteartikel Promoting green behaviour: don't mention the environment! faÃ□t die Ergebnisse des Policy Briefs zusammen. Der Policy Brief [pdf, 687 KB, Englisch] steht als Download zur VerfÃ¼gung.

Sprache

Englisch

Autorenschaft

Katharina Umpfenbach

Finanzierung

EuropÃ¤ische Kommission, Generaldirektion Umwelt (GD Umwelt), International

Verlag

EuropÃ¤ische Kommission, Generaldirektion Umwelt (GD Umwelt), International

Jahr

2014

Umfang

23 S.

Projekt

Was beeinflusst unser Konsumverhalten und was folgt daraus fÃ¼r die Politik?

Projekt-ID

2530

Inhaltsverzeichnis

1. Introduction
2. Research into behaviours and its insights for environmental policy making
   2.1 Reconsidering information provision
   2.2 Biases in decision making processes
   2.2.1 Implications for Policy
   2.3 The influence of motivations, norms and world-views
   2.3.1 Research
   2.3.2 Implications for Policy
   2.4 The influence of situations
   2.4.1 Research
   2.4.2 Implications for Policy
3. Using behaviour research for each step in the policy-making process
   3.1 Reviewing the range of behaviours to influence
   3.2 Framing the policy question
   3.3 Factors affecting how successful a policy intervention may be
   3.4 Considering the drivers acting against pro-environment behaviours
   3.5 Prioritising Interventions
   3.6 Strengthening the Rationale for Policy Interventions
   3.7 Winning political support
4. Illustrative Potential Policies
   4.1 Display Life Cycle Costs at decision point
   4.2 Use Defaults
   4.3 Roll out comparison of utility use
   4.4 Change infrastructures
   4.5 Promotion of change in the Workplace

4.6 Better Targetting of information campaigns for SMEs
4.7 Using marketing to promote environmental behaviours
4.8 Promoting leisure time

Annex

SchlÃ¼sselwÃ¶rter

Verbraucherpolitik
EU
Evaluierung
Governance
Ressourcenschonung + Kreislaufwirtschaft
Verbraucher, Verhalten, Werte, soziale Normen, soziale Praktiken, VerhaltensÃ¶konomik
Europa

Source URL: *https://www.ecologic.eu/10552*